

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1. Kajian Terdahulu

Pertama, penelitian terdahulu yang digunakan dari artikel jurnal yang berjudul “Penyuluhan Kesehatan Melalui Permainan Edukasi dalam Upaya Peningkatan Pengetahuan Anak tentang Makanan Sehat dan Gizi Seimbang” (Rizona, Appulembang, Rahmawati, Aprilia, & Padiana, 2024). Artikel ini membahas mengenai dampak yang dihasilkan melalui cara yang menyenangkan, yaitu permainan edukasi yang disasarkan kepada anak sekolah dasar (SD). Penelitian ini dilatarbelakangi karena meningkatnya masalah gizi seimbang pada anak, seperti obesitas, *stunting*, dan *wasting*, karena kurangnya pemahaman pola makan bergizi. Metode yang digunakan berupa sosialisasi dan permainan edukasi yang dimodifikasi dari permainan monopoli dalam mengajarkan konsep makanan sehat dan gizi seimbang. Dalam penelitian ini, terbukti bahwa edukasi dengan cara yang menyenangkan, seperti permainan edukasi dan interaktif lebih efektif dibandingkan dengan sosialisasi biasa. Dalam penelitian ini, menggunakan media *leaflet* dengan ceramah biasa sebagai pengantarnya, lalu dilanjutkan dengan permainan monopoli yang dimodifikasi menjadi permainan edukasi mengenai pola hidup sehat, penelitian ini juga menggunakan satu jenis permainan. Namun, hal ini masih berbanding terbalik dengan *event GERTAS: GERAKAN TUNTAS ATASI TBC*, yang mana menggunakan audio visual animasi, yaitu penayangan video pendek mengenai TBC, lalu terdapat pemaparan materi, serta simulasi etika batuk yang benar dan cara mencuci tangan yang baik dan benar, sehingga anak-anak dapat memahami informasi yang disampaikan. Selain itu, *event GERTAS: GERAKAN TUNTAS ATASI TBC* menawarkan variasi permainan yang lebih beragam.

Kedua, penelitian terdahulu yang digunakan dari artikel jurnal yang berjudul “Penerapan Metode Permainan Interaktif ‘*Match-Up*’ untuk Meningkatkan Pengetahuan Kesehatan” (Salsabillah, et al., 2024). Penelitian ini membahas mengenai inovasi pembelajaran yang menggunakan cara lebih mengasikan. Dalam

penelitian ini menjelaskan bahwa edukasi dengan menggunakan metode ceramah konvensional dinilai kurang menarik sehingga kurang efektif. Metode yang digunakan berupa ceramah interaktif menggunakan *powerpoint*, lalu diperkuat dengan permainan “*Match-Up*”, yaitu permainan mencocokkan gambar dengan pertanyaan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman anak-anak hingga 80% mengenai kesehatan. Penelitian ini menggunakan metode sederhana berupa mencocokkan gambar dan penjelasan materi melalui *powerpoint*, yang masih terbatas pada aktivitas visual dan verbal. Hal ini sedikit berbeda dari **GERTAS: Gerakan Tuntas Atasi TBC**, yang mana menghadirkan variasi permainan edukatif interaktif, melalui pendekatan yang lebih aktif dan dinamis. *Event* ini melibatkan aktivitas fisik, strategi, audio visual, dan keterlibatan emosional. Terdapat pemutaran video edukatif dan diskusi singkat dalam permainan Petualangan Sehat TBC, permainan utama ini bersifat aktif dan strategis, mendorong anak-anak terlibat secara langsung dalam proses pembelajaran. Selain itu, **GERTAS** juga menyediakan permainan edukatif lainnya, yaitu Roda Sehat TBC sebagai permainan tambahan yang berdiri di luar permainan utama, untuk menambah antusiasme partisipasi anak-anak yang tidak bermain di petualangan sehat TBC. Dengan kombinasi pendekatan edukatif dan hiburan yang seimbang, **GERTAS** mampu menciptakan pengalaman belajar yang lebih partisipatif, merata, dan efektif bagi seluruh peserta.

Ketiga, penelitian terdahulu yang digunakan dari artikel jurnal berjudul “Permainan Ular Tangga sebagai Media Sosialisasi Kebiasaan Hidup Sehat di SDN Jatinangor Kabupaten Sumedang” (Dewi, Dida, Lusiana, & Yuliani, 2024). Penelitian ini membahas tentang edukasi kebiasaan hidup sehat pasca pandemi Covid-19 yang dikemas dengan menggunakan permainan ular tangga sebagai medianya. Tujuan dari penelitian ini sendiri adalah untuk meningkatkan pemahaman anak-anak dalam menerapkan kebiasaan hidup sehat. Metode yang digunakan adalah *Game-Based-Learning* dengan menggunakan permainan ular tangga yang dirancang untuk mengedukasi kebiasaan hidup sehat. Hasil dari penelitian yang dilakukan ini adalah adanya peningkatan pemahaman siswa melalui permainan ular tangga. (Dewi, Dida, Lusiana, & Yuliani, 2024) mengatakan bahwa

pembelajaran melalui permainan ular tangga dinilai lebih efektif, karena lebih menyenangkan dibanding menggunakan metode sosialisasi biasa. Namun, pada penelitian ini, metode yang digunakan hanya satu jenis permainan, belum dilengkapi dengan tahapan edukasi yang terstruktur, dan memiliki keterbatasan dalam variasi pertanyaan, sehingga memungkinkan terjadinya pengulangan soal yang membuat anak kurang tertantang. *Event GERTAS* dikembangkan sebagai program edukatif yang menggabungkan permainan dan strategi pembelajaran yang lebih variatif dan menyeluruh. Pada permainan Petualangan Sehat TBC ini tidak hanya bersifat edukatif, tetapi dinamis karena melibatkan aktivitas fisik, strategi, dan emosional anak-anak melalui kotak-kotak tantangan, aksi, bonus, dan hukuman. Untuk menjaga interaksi dan pengalaman belajar, **GERTAS** juga menyiapkan beragam pertanyaan alternatif, sehingga kemungkinan peluang dalam mendapatkan pertanyaan yang sama dapat diminimalisir. Selain itu, **GERTAS** menghadirkan permainan lainnya, yaitu “Roda Sehat TBC” sebagai permainan tambahan di luar rangkaian utama yang dirancang khusus untuk menjaga dan menambah antusiasme anak-anak. Dengan pendekatan ini, **GERTAS** tidak hanya menyampaikan informasi tentang TBC secara efektif, tetapi juga memastikan seluruh peserta tetap aktif, terlibat, dan antusias selama kegiatan berlangsung.

Berdasarkan penjelasan penelitian terdahulu yang sudah dilakukan dan relevan dengan penyusunan tugas akhir ini, dapat disimpulkan bahwa edukasi menggunakan metode permainan atau *games* dapat meningkatkan pemahaman yang lebih efektif, karena dikemas dengan cara yang mengasyikkan. Ketiga jurnal tersebut berfokus pada usia anak-anak hingga remaja. Dalam konteks ini, inovasi menjadi salah satu hal yang penting. Penelitian *project* tugas akhir ini berfokus pada edukasi tentang penyakit TBC yang dikemas melalui permainan edukatif guna menerapkan tindakan preventif TBC melalui pola hidup sehat kepada anak-anak. Dengan dukungan dari berbagai pihak, *event* ini memiliki peluang menarik untuk diimplementasikan, guna meningkatkan pemahaman anak-anak di Rusun Karangroto Kota Semarang mengenai penyakit TBC.

2.2. Landasan Teori

2.2.1. *Public Relations*

Menurut (Rochmaniah, Dharma, & Utomo, 2021) dalam bukunya, menjelaskan bahwa *Public Relations* merupakan komunikasi yang digunakan untuk mempengaruhi publik melalui fungsi manajemen, yaitu perencanaan, pengorganisasian, tindakan, dan melakukan evaluasi yang bertujuan untuk mendapatkan perhatian antara publik dan organisasi, sehingga dapat diterima. Frank Jefkins dalam (Harsari, et al., 2024) mengatakan bahwa *public relations* adalah bentuk komunikasi yang dilakukan baik ke internal maupun eksternal secara terencana. Hal itu dilakukan antara organisasi dengan publik, sehingga dapat mencapai tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Howard Honham dalam (Rahastine, 2021) mendefinisikan PR sebagai suatu seni yang dapat menciptakan pemahaman publik menjadi lebih baik, serta dapat mendapat kepercayaan publik yang lebih terhadap individu atau organisasi. Honman menyoroti aspek seni dalam kegiatan *public relations*, di mana komunikasi yang efektif dapat membantu dalam membangun sebuah kepercayaan dan pemahaman antara publik dan organisasi. Kemudian menurut Gassing dan Suryanto dalam (Bairizki, 2021) di dalam bukunya yang berjudul *Manajemen Public Relations (Teori dan implementasi Humas Perguruan Tinggi)*, menjelaskan bahwa seorang PR memiliki suatu fungsi manajemen yang menciptakan dan memelihara komunikasi, pengertian, dukungan, dan kerja sama antara perusahaan dengan khalayak. Selain itu, Gassing dan Suryanto memandang bahwa *public relations* memiliki fungsi sosial yang mengutamakan kepentingan publik, yang nantinya publik dapat mendukung kebijakan organisasi.

Dalam bukunya, Onong Uchjana Effendy yang dikutip oleh Rosady Ruslan dalam (Arkiang, Djarat, & Ahmadi, 2018) memandang peran *public relations* memiliki cakupan yang luas mengenai hubungan dengan berbagai pihak dan tidak hanya memiliki makna yang sempit. *Public Relations*

memiliki peran penting guna menjalin hubungan komunikasi dengan berbagai pihak, termasuk kampanye PR yang dijalankannya. Effendy menjelaskan bahwa tujuan ini untuk meningkatkan kesadaran, pemahaman, dan persepsi positif terhadap suatu perusahaan atau lembaga. Hal ini membentuk sikap yang baik (*favorable*), itikad baik (*good will*), toleransi (*tolerance*), saling pengertian (*mutual understanding*), mempercayai satu sama lain (*mutual appreciation*), yang pada akhirnya dapat menciptakan citra positif.

Selanjutnya, sebuah perencanaan *public relations* dalam membuat suatu program atau kegiatan guna keberhasilan program. Menurut John E. Maiston dalam (Cindrakasih, et al., 2024) kegiatan *public relations* suatu hal yang harus terdapat perencanaan, cara berkomunikasi persuasif, sehingga dapat mempengaruhi khalayak. Kemudian, Maiston menganggap program PR yang sukses adalah dari perencanaan yang terstruktur. Cindrakasih, dkk memandang bahwa perencanaan *public relations* merupakan runtutan strategi dan taktik dalam membuat suatu program, mengomunikasikan program atau kegiatan kepada publik. Cutlip dan Center dalam (Harsari, et al., Public Relations, 2024) berpandangan bahwa *public relations* merupakan bagian dari fungsi manajemen, yang memiliki tugas dalam menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan, dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan masyarakat. Selain itu, Cutlip dan Center juga beranggapan bahwa melakukan perencanaan dalam suatu kegiatan dan program dapat memperoleh dan memenuhi dukungan dan eksistensi publik.

2.2.2. Event Management

Menurut (Faustyna, 2024) *event* merupakan suatu acara yang melalui rangkaian, dari tahap perencanaan dengan tujuan spesifik dan terjadi satu kali atau jarang. Faustyna juga berpendapat bahwa acara ini berlangsung di luar program yang dilakukan secara berkala oleh seseorang, kelompok orang, badan lembaga, *sponsor*, atau penyelenggara. *Event* menciptakan

suatu pengalaman unik dengan cara mengumpulkan orang-orang pada waktu dan tempat tertentu yang bertujuan untuk perayaan, pendidikan, pemasaran, atau reuni.

Menurut Goldblatt dalam (Tafarannisa, Nursilah, & Haerudin, 2021) berpendapat bahwa manajemen *event* merupakan kegiatan profesional yang mempertemukan sekelompok orang dengan tujuan peran, pendidikan, pemasaran, dan reuni. Selain itu, Goldblatt juga mengatakan manajemen *event* mencakup berbagai tanggung jawab, seperti melakukan riset, merancang konsep acara, menyusun perencanaan, dan mengoordinasikan, serta mengawasi jalannya acara guna terselenggara dengan baik. Sedangkan pandangan lain dari Noor (2009) dalam (Tafarannisa, Nursilah, & Haerudin, 2021) berpendapat bahwa manajemen *event* merupakan runtutan kegiatan yang diselenggarakan oleh komunitas atau suatu lembaga yang segala perencanaannya dilakukan secara profesional, efisien, dan efektif.

2.2.2.1. Tujuan dan Fungsi *Event Management*

Menurut George R Terry (2013) dalam (Shabrina & Wibowo, 2024) fungsi manajemen *event* adalah serangkaian dari bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lain dalam suatu sistem manajemen yang memiliki peran spesifik dalam menjalankan fungsinya untuk mencapai tujuan. Terry menjelaskan terdapat empat fungsi yang saling berkaitan satu sama lain, antara lain:

- A. Perencanaan (*Planning*): Proses dalam menetapkan apa yang ingin dicapai/tujuan dan langkah-langkah strategis apa saja yang akan digunakan guna mencapai tujuan,
- B. Pengorganisasian (*Organizing*): Merupakan pengaturan sumber daya guna dapat digunakan secara efektif,
- C. Pelaksanaan (*Actuating*): Menjalankan rencana yang sudah dibuat,

D. Pengendalian (*Controlling*): Merupakan upaya dalam memastikan bahwa acara sesuai dengan rencana dan melakukan evaluasi.

Sebagaimana yang dijelaskan oleh George R Terry (2013) penerapan fungsi manajemen ini dapat diwujudkan guna menunjang keberlangsungan *event* **“GERTAS: GERAKAN TUNTAS ATASI TBC”** antara lain:

- a. Fungsi Perencanaan (*Planning*): Pada fungsi ini dapat diwujudkan melalui penyusunan *rundown* yang jelas, berkoordinasi dengan pihak Yayasan Mentari Sehat Indonesia dan *stakeholder*, berkoordinasi dengan panitia, menentukan konsep permainan edukatif apa yang akan digunakan, menyusun konsep, peraturan dan teknis dalam permainan edukatif, menyiapkan logistik, melakukan publikasi guna menyebarkan informasi terkait *event* GERTAS,
- b. Fungsi Pengorganisasian (*Organizing*): Pada penerapan fungsi ini dapat diwujudkan dengan berkoordinasi dengan tim, menyusun terkait *jobdesc* panitia, sehingga mereka dapat bertanggung jawab sesuai tupoksinya masing-masing, mengatur *layout* permainan,
- c. Fungsi Pelaksanaan (*Actuating*): Pada penerapan fungsi ini, dapat diwujudkan dengan koordinasi tim untuk memastikan acara permainan edukatif berjalan sesuai dengan rencana,
- d. Fungsi Pengendalian (*Controlling*): Pada penerapan fungsi ini, dapat diwujudkan dengan cara memantau jalannya acara permainan guna menghindari terjadinya masalah teknis, serta melakukan evaluasi permainan berdasarkan hasil pasca *event*.

Penerapan fungsi-fungsi tersebut dapat digunakan guna memastikan acara berjalan lancar dan mencapai tujuan yang

diharapkan. Dengan menerapkan fungsi manajemen ini, diharapkan acara berjalan secara sistematis dan memberikan manfaat bagi banyak orang.

2.2.2.2. Jenis *Event*

Terdapat banyak jenis *event* yang dapat kita temui, mulai dari seminar, *workshop*, pameran, konser, *funwalk*. Setiap *event* memiliki tujuannya masing-masing. Menurut (Serli Wijaya, Monika Kristanti, Thio, & M.Sc., 2020) dalam bukunya membagi macam-macam *event*, antara lain:

1. *Public Event*

- a. *Festival*: Festival merupakan suatu pesta besar meriah yang pada umumnya diadakan dalam memperingati peristiwa penting atau bersejarah, atau pesta rakyat,
- b. *Trade Event*: Sebuah acara perusahaan industri memamerkan produk atau layanan yang dimiliki, serta dalam acara tersebut dapat bertemu dengan mitra bisnis maupun pelanggan,
- c. *Educational Events*: Acara yang tujuannya sebagai pelatihan dan/atau di dalamnya terdapat informasi yang mengedukasi masyarakat,
- d. *Sport Event*: Sebuah acara yang di dalamnya terdapat berbagai bidang olahraga,
- e. *Business Event/MICE*: Merupakan kegiatan di mana suatu kelompok bertemu dan berkumpul dengan tujuan tertentu, misalnya berbisnis atau konferensi.

2. *Private Event*: Acara yang dibuat untuk kalangan tertentu.

2.2.2.3. Tahapan Perancangan *Event Management*

Dalam membuat suatu *event* perlu adanya perencanaan yang matang agar sebuah acara dapat berjalan sesuai rencana dan sesuai

tujuan. Dr. Joe Goldblatt di dalam bukunya yang berjudul “*The Wiley Event Management Series*” dalam (Tafarannisa, Nursilah, & Haerudin, 2021) memberikan 5 (lima) tahap proses manajemen *event*, antara lain:

A. Riset (*Researching*)

Riset adalah tahap awal dalam merancang sebuah *event*. Tahap ini sangat penting untuk membantu mengurangi risiko dalam penyelenggaraan *event*. Dalam konteks ini, sebelum merancang sebuah acara, perlu dilakukan riset mendalam mengenai tingkat kesadaran masyarakat tentang TBC, metode apa yang efektif untuk digunakan. Riset ini juga mencakup pemahaman tentang faktor risiko penularan TBC di lingkungan tersebut,

B. Desain (*Design*)

Tahap ini berfokus pada kreativitas, hal ini agar *event* lebih menarik dan mudah dipahami oleh publik. Dalam konteks ini, merancang desain yang menarik dan pemilihan media visual yang menarik untuk *event* **GERTAS: GERAKAN TUNTAS ATASI TBC** guna menarik perhatian publik dan publik mudah memahami pesan yang disampaikan,

C. Perencanaan (*Planning*)

Tahap perencanaan bertujuan untuk segala proses dari mulai pembuatan susunan acara, koordinasi, pemilihan *venue* yang sesuai, penyediaan logistik guna keberlangsungan acara berjalan dengan lancar,

D. Koordinasi (*Coordination*)

Saat acara berlangsung, seluruh tim harus saling berkoordinasi dan mampu memastikan semuanya berjalan sesuai rencana dan tidak ada *miscommunication*,

E. Evaluasi (*Evaluation*)

Evaluasi diperlukan saat di akhir acara, untuk menilai efektivitas. Dalam konteks ini, evaluasi dilakukan untuk

mengetahui apakah peserta sudah benar-benar memahami materi mengenai penularan TBC, apakah *event* ini berjalan sesuai dengan rencana awal dan tujuan awal. Serta bagaimana *feedback* dari peserta dan tim pelaksana akan menjadi bahan perbaikan di masa mendatang.

2.2.3. Media Edukasi Kesehatan

Menurut Notoatmodjo (2012) dalam (Ramdani, 2024) media edukasi kesehatan merupakan media yang digunakan dalam menyampaikan sebuah materi atau pesan kesehatan, hal ini digunakan untuk mempermudah target audiens dalam menerima suatu pesan tertentu.

2.2.3.1. Alat Permainan Edukasi

Menurut Indriasih dalam (Widayanti, Safrina, & Supriyati, 2021) Alat permainan edukatif merupakan salah satu media yang berbasis simulasi yang dirancang untuk menstimulasikan permasalahan yang ada, sehingga diperoleh esensi ilmu yang dapat digunakan untuk menyelesaikan suatu permasalahan. Negara & Darmawati (2017) dalam (Widayanti, Safrina, & Supriyati, 2021) berpandangan bahwa Alat Permainan Edukatif (APE) merupakan alat yang memberikan fungsi permainan secara optimal untuk perkembangan anak. Melalui permainan ini, anak dapat mengembangkan kemampuan fisik, bahasa, kognitif, dan adaptasi sosialnya.

Dalam konteks ini, *event* **GERTAS: GERAKAN TUNTAS ATASI TBC** mengenai pencegahan TBC melalui pola hidup sehat kepada anak-anak, permainan ini didesain untuk mensimulasikan cara pencegahan dan penularan melalui permainan interaktif. Selain itu, anak-anak juga akan diajak untuk berpikir kritis melalui tantangan-tantangan yang akan mereka dapatkan ketika bermain.

2.2.4. Komunikasi Kesehatan

Menurut Liliweri dalam (Fauzi, 2022) berpendapat bahwa komunikasi kesehatan merupakan pengetahuan yang mempelajari mengenai strategi komunikasi yang digunakan dalam memperluas informasi terkait pengelolaan kesehatan yang dapat mempersuasi seseorang atau kelompok guna dapat membuat keputusan yang tepat. Kemudian Fauzi berpendapat bahwa adanya perubahan perilaku dari setiap individu mengenai kesadaran kesehatan dan peningkatan status kesehatan dari individu tersebut adalah tujuan utama dari komunikasi kesehatan. Komunikasi kesehatan memiliki peran yang penting dalam menciptakan perilaku masyarakat yang peduli terhadap kesehatan (Fauzi, 2022).

Komunikasi kesehatan mencakup informasi mengenai pencegahan suatu penyakit, promosi kesehatan, bijak dalam merawat kesehatan, regulasi dalam bidang kesehatan mungkin juga mengubah dan memperbaiki kualitas individu dalam komunitas dengan mempertimbangkan aspek pengetahuan dan etika (Irwan & Faustyna, 2023). Irwan & Faustyna juga berpendapat tujuan utama dari komunikasi kesehatan ialah merubah perilaku kesehatan seseorang atau kelompok untuk meningkatkan pemahaman kesehatan, sehingga individu atau kelompok tersebut dapat menjaga perilaku hidup sehat dalam kehidupan sehari-harinya.

2.2.4.1. Jenis-Jenis Komunikasi Kesehatan

Menurut (Junaedi & Sukmono, 2018) dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Kesehatan: Sebuah pengantar komprehensif terdapat beberapa jenis komunikasi kesehatan, antara lain:

- A. Komunikasi Kesehatan Intrapersonal (*Intrapersonal Health Communication*): Dalam komunikasi kesehatan ini berfokus pada pembahasan mengenai mental psikologis seseorang yang mempengaruhi kesehatan,

- B. Komunikasi Kesehatan Interpersonal (*Interpersonal Health Communication*): Schement yang dikutip oleh Junaedi & Sukmono pada bukunya, menjelaskan bahwa pada komunikasi kesehatan interpersonal, berfokus pada suatu penyedia layanan dalam mengedukasi kesehatan, pertukaran informasi yang bersifat interpersonal. Komunikasi kesehatan ini dinilai sangat penting, karena bagaimana pesan dapat tersampaikan kepada pasien,
- C. Komunikasi Kesehatan Kelompok (*Group Health Communication*): Komunikasi berfokus pada peranan suatu kelompok terkait dalam koordinasi, misalnya tim kesehatan, komite etik dan keluarga. Mereka akan berbagi informasi kesehatan yang relevan,
- D. Komunikasi Kesehatan Organisasi (*Organizational Health Communication*): Komunikasi kesehatan organisasi dapat berupa lembaga pemerintah, Departemen Kesehatan, Organisasi Kesehatan, atau lembaga Negara yang bergerak di bidang kesehatan. Komunikasi ini membahas bagaimana individu dalam sebuah organisasi/lembaga kesehatan berkomunikasi dan bertukar informasi di dalam sebuah grup. Selain itu, organisasi juga harus berkomunikasi dengan organisasi lain guna mencapai tujuan,
- E. Komunikasi Kesehatan Bermedia: Media massa berkembang sangat pesat. Komunikasi kesehatan bermedia berfokus pada pembagian informasi secara masif melalui media, diharapkannya dapat lebih banyak menjangkau publik secara efisien. Sebagai contoh, suatu departemen kesehatan membuat iklan layanan masyarakat yang dipublikasikan ke media cetak, radio, televisi, dll. Selain itu, sebagai contoh, terdapat perusahaan farmasi yang

memanfaatkan media massa untuk mempromosikan produknya.

2.2.4.2. Perubahan Perilaku Kesehatan

Dalam upaya mengubah perilaku kesehatan masyarakat, melalui pendekatan permainan edukatif. Teori *Transtheoretical Model* yang dikembangkan oleh (Prochaska & DiClemente, 1983). Model ini menjelaskan bahwa perubahan perilaku terjadi melalui beberapa tahapan, antara lain:

- A. *Precontemplation* (Belum Berniat): Individu belum menyadari perlunya suatu perubahan dan belum memiliki niat untuk bertindak,
- B. *Contemplation* (Mulai Mempertimbangkan): Individu mulai menyadari pentingnya perubahan dan mempertimbangkan untuk bertindak dalam waktu dekat,
- C. *Preparation* (Persiapan): Individu sudah memiliki niat untuk bertindak dalam waktu dekat, serta mulai mengambil langkah-langkah awal,
- D. *Action* (Tindakan): Individu mulai melakukan perilaku hidup sehat atau adanya perubahan secara nyata,
- E. *Maintenance* (Pemeliharaan): Individu telah mempertahankan perilaku baru dan mencegah adanya kekambuhan.

Perubahan perilaku tidak bersifat instan, melainkan terdapat proses yang dipengaruhi oleh adanya kesadaran, motivasi, dan pengalaman yang diperoleh seseorang. Dalam konteks ini, permainan edukatif yang diselenggarakan pada *event* GERTAS berfungsi sebagai media edukatif yang dirancang untuk mendorong peserta melalui proses perubahan perilaku secara bertahap, sesuai dengan teori yang sudah dijelaskan.

2.2.5. *Awareness*

Awareness (kesadaran) merupakan tahap awal dalam proses komunikasi publik ketika suatu individu atau kelompok mulai menyadari adanya suatu isu atau masalah yang relevan bagi mereka, sehingga mereka dapat menentukan perubahan sikap atau perilaku tertentu (Grunig & Hunt, 1984).

2.2.5.1. Tahapan *Awareness*

Terdapat beberapa tahapan *awareness* yang dapat menggambarkan proses bagaimana seseorang menjadi sadar (*aware*). (Lavidge & Steiner, 1961) dalam teori “*Hierarchy of Effects*” menjelaskan terdapat beberapa tahapan:

- A. *Awareness* (Kesadaran): Individu atau kelompok pertama kali mulai mengetahui keberadaan suatu isu/produk melalui paparan komunikasi,
- B. *Knowledge* (Pengetahuan): Individu atau kelompok mulai menerima atau memahami informasi dasar tentang suatu isu/produk tersebut,
- C. *Liking* (Suka): Mulai menunjukkan adanya ketertarikan,
- D. *Preference* (Preferensi): Individu atau kelompok membandingkan dan menunjukkan adanya kecenderungan terhadap suatu isu/produk tersebut,
- E. *Conviction* (Keyakinan): Individu atau kelompok mulai meyakini terhadap manfaat dan berniat untuk bertindak,
- F. *Action* (Tindakan): Mulai mengambil tindakan nyata, seperti mendukung, menerapkan, atau membeli.

Dalam konteks edukasi kesehatan, khususnya dalam edukasi kesehatan mengenai TBC yang dikemas dalam *event* **GERTAS** menjadi relevan, di mana kesadaran (*awareness*) menjadi fondasi awal suatu individu dalam mengenali bahayanya suatu penyakit.

Melalui pendekatan permainan edukatif, anak-anak yang pada awalnya belum mengetahui atau memahami tentang penyakit TBC serta penerapan perilaku hidup sehat dan bersih, secara bertahap dibimbing untuk menyadari, memahami, menyukai, dan pada akhirnya mulai menerapkan pengetahuan yang diperoleh, sehingga dapat meningkatkan *awareness* mereka terhadap pentingnya pencegahan TBC.